

海南椰岛（集团）股份有限公司

2017 年度董事会工作报告

2017 年，海南椰岛（集团）股份有限公司（以下简称“公司”）董事会严格按照《公司法》、《证券法》等法律法规以及《公司章程》、《董事会议事规则》等相关规定，本着对公司股东负责的精神，勤勉尽责，维护公司利益，认真履行股东大会赋予的职责，规范运作，科学决策，积极推动公司各项业务发展。现将 2017 年度工作情况报告如下：

一、报告期内董事会工作情况

（一）董事会会议情况

序号	会议召开时间	会议届次名称	审议通过的议案
1	2017 年 4 月 28 日	第七届董事会第十四次会议	1、《海南椰岛（集团）股份有限公司 2016 年度报告全文及摘要》；2、《海南椰岛（集团）股份有限公司 2016 年度董事会工作报告》；3、《海南椰岛（集团）股份有限公司 2016 年度财务决算报告》；4、《海南椰岛（集团）股份有限公司 2016 年度利润分配预案》；5、《关于授权海南椰岛房地产开发有限公司进行房地产开发投资的议案》；6、《关于海南椰岛（集团）股份有限公司 2017 年度董事薪酬的议案》；7、《关于海南椰岛（集团）股份有限公司 2017 年度高级管理人员薪酬的议案》；8、《海南椰岛（集团）股份有限公司第七届董事会审计委员会 2016 年度履职报告》；9、《海南椰岛（集团）股份有限公司 2016 年度内部控制评价报告》；10、《海南椰岛（集团）股份有限公司 2017 年度投资者关系管理计划》；11、《海南椰岛（集团）股份有限公司关于会计政策变更的议案》；12、《海南椰岛（集团）股份有限公司关于会计差错更正及追溯调整的议案》；13、《海南椰岛（集团）股份有限公司 2017 年第一季度报告全文及正文》；14、《关于召开海南椰岛（集团）股份有限公司 2016 年度股东大会的议案》。

2	2017年6月5日	第七届董事会第十五次会议	1、《关于向中国光大银行海口分行申请综合授信额度的议案》。
3	2017年7月28日	第七届董事会第十六次会议	1、《关于公司下属子公司开展衍生品投资业务的议案》；2、《关于公司使用自有闲置资金投资理财产品的议案》。
4	2017年8月11日	第七届董事会第十七次会议	1、《海南椰岛(集团)股份有限公司2017年半年度报告全文及摘要》；2、《海南椰岛(集团)股份有限公司关于会计政策变更的议案》。
5	2017年9月12日	第七届董事会第十八次会议	1、《关于出售参股公司股权的议案》。
6	2017年10月17日	第七届董事会第十九次会议	1、《关于向海南澄迈农村商业银行股份有限公司等行社申请抵押贷款的议案》。
7	2017年10月27日	第七届董事会第二十次会议	1、《海南椰岛(集团)股份有限公司2017年第三季度报告全文及正文》。
8	2017年11月21日	第七届董事会第二十一次会议	1、《关于公司向海南澄迈农村商业银行股份有限公司等行社申请贷款追加抵押物的议案》。
9	2017年12月15日	第七届董事会第二十二次会议	1、《关于续聘中审众环会计师事务所(特殊普通合伙)为公司2017年度年报审计机构及内部控制审计机构的议案》；2、《关于召开海南椰岛(集团)股份有限公司2018年第一次临时股东大会的议案》。
10	2017年12月26日	第七届董事会第二十三次会议	1、《关于公司向交通银行海南省分行申请流动资金授信5000万元的议案》；2、《关于公司为购房人向银行申请按揭贷款提供阶段性担保的议案》。
11	2017年12月28日	第七届董事会第二十四次会议	1、《关于政府有偿收回公司土地使用权的议案》。

(二) 召集召开股东大会情况

序号	会议召开时间	会议届次名称	审议通过的议案
----	--------	--------	---------

1	2017年5月19日	海南椰岛2016年度股东大会	1、《海南椰岛（集团）股份有限公司2016年度报告全文及摘要》；2、《海南椰岛（集团）股份有限公司2016年度董事会工作报告》；3、《海南椰岛（集团）股份有限公司2016年度监事会工作报告》；4、《海南椰岛（集团）股份有限公司2016年度财务决算报告》；5、《海南椰岛（集团）股份有限公司2016年度利润分配预案》；6、《关于授权海南椰岛房地产开发有限公司进行房地产开发投资的议案》；7、《关于海南椰岛（集团）股份有限公司2017年度董事薪酬的议案》；8、《关于海南椰岛（集团）股份有限公司2017年度监事薪酬的议案》。
---	------------	----------------	--

（三）执行公司股东大会各项决议情况

报告期内，公司董事会严格按照《公司法》等法律法规和《公司章程》的有关规定履行职责，本着对全体股东负责的宗旨，全面贯彻执行股东大会通过的各项决议。

二、经营情况讨论与分析

2017年，公司围绕“专注大健康产业”发展战略，坚持以保健酒业为主营业务，同时积极推进饮料业务、房地产业务及贸易与供应链业务的协同发展。

1、酒类业务及饮料业务

报告期内，公司酒业实现销售收入32754万元，与上年同期基本持平。饮料业务实现销售收入6259万元，比上年同期增长52.54%。

（1）报告期内，公司调整椰岛鹿龟酒的产品定位，进一步提升椰岛鹿龟酒的高端产品形象，新增“福”字系列礼盒产品及针对特定人群的高端商务产品，同时，根据电商特点，开发电商专供产品。椰岛海王酒开发基于城市人群的150ml餐饮型产品，进一步优化产品配方，提升产品品质。2017年，公司对酒业加强质量管控，产成品质量水平较去年同期有明显提升，全年及时准确完成产品检测共5670批次，无影响生产和产品质量事件，全年无投诉、无重大产品质量事故发生。

（2）在品牌和市场推广方面，公司以核心重点市场为主，在福建联合电视台开展“椰岛海王酒杯拳王争霸赛”、在江苏与各地方电视台开展“椰岛鹿龟酒杯老来乐大舞台”电视大奖赛、冠名海南电视台第二届“健康博览会”、在江苏

与浙江部分市场全面启动“鹿龟酒功能验证活动”等，加强与消费者的互动沟通，全年开展近 5000 场免费品鉴活动。通过此类主题宣传活进行渗透式推广并取得了较好的结果，鹿龟酒的功效被广大消费者认可；2017 年公司利用二维码营销，全面推广“千店万众”活动，将经销商、终端店主、促销员及消费者有机联系起来，调动不同层面消费群的营销互动，该活动区域涉及全国 12 个省份共 20 个不同的活动区域，取得了非常显著的营销效果。市场推广方面，公司在稳定原有销售区域的基础上，着力推进核心销区的空白市场建设，组建专业营销团队，开拓局部空白市场，同时对全国空白市场进行招商拓展，在陕西、四川、河南等区域建立销售渠道，市场的接受度较好。

(3) 为进一步提升电商销售业绩，提高利润水平，降低运营成本，公司对原有电商销售模式进行优化，目前采取授权经营+经销模式的销售模式，2017 年，公司产品在电商平台销售收入 1058 万元，同比 2016 年增加 192.27%。

(4) 2017 年公司完成了多款椰岛椰汁系列产品的开发和储备工作。2017 年，椰汁的回款和出货均比 2016 年有大幅度的增长，其中增长幅度最大的是湖南销区、福建销区、浙江销区以及直营销区。

2、房地产业务

2017 年，公司房地产业务在“大健康”产业布局大背景下，围绕康养文旅地产进行战略布局，聚焦省内省外地产项目，打造符合自身发展的地产品牌建设，一方面致力于新项目的落地和开发，另一方面积极储备土地资源。报告期内，房地产业务公司实现收入 8010 万元，其中，椰岛广场完成销售收入约 1038 万元，儋州隆华新村完成销售收入约 572 万元，澄迈椰岛小城一期完成销售收入约 6400 万元。

目前，椰岛广场住宅和商铺已基本售罄，仅有少量车位在售；儋州隆华新村项目已全部售罄；椰岛小城一期住宅已全部售罄，仅有少量商铺在售。

椰岛小城二期项目总占地 136.31 亩，分为 A 区、B 区，总建筑面积共 19.96 万平方米，其中 A 区项目为 8.3 万平方米，B 区项目为 11.66 万平方米。自 2016 年海南省政府发布“两个暂停”政策后，房地产开发建设实行了严格的商品住宅报建管控措施，截至目前，公司取得澄迈椰岛小城二期住宅项目 A 区《建设工程

规划许可证付证》（2017 澄建规建证第 090 号），证载建设面积 53408.41 平方米。

（4）2017 年，公司启动椰岛大健康社区服务体系建设，形成了涵盖社区活动服务、社区生活服务、社区文化服务及社区人才服务等四大体系共计 10 项服务内容的椰岛大健康社区，组织相关社区活动近 20 场次，并进一步满足大健康服务体系的构建要求相继成立邻里中心与文体活动中心两大平台，藉此与老年大学共同构建起了椰岛家社区人文服务平台。

（5）报告期内，公司房地产业务积极推进新项目拓展开发工作，目前已对海南岛内约 20 个地产项目开展前期调研或谈判工作。

3、贸易与供应链业务

报告期内，公司结合自身原材料需求开展以大宗农产品为主的国内贸易业务，实现销售收入 6.7 亿元，同比去年同期增幅 172.92%。贸易业务范围辐射华南、华东和华北市场。同时，为了防范原材料价格波动风险，公司适当开展期货套期保值业务，有效控制经营风险。

三、关于公司未来发展的讨论与分析

（一）行业格局和趋势

1、保健酒业务

我国酒类行业经过几年的深度调整期，从 2016 年度消费升级带来的行业复苏，到报告期内已经呈现全面复苏觉醒状态，酒类行业产量、收入和利润均同比呈增长趋势。保健酒产业虽然在规模上仍落后于其他酒类，但保健酒有着悠久的历史，且随着国民健康意识增强及健康生活方式的倡导，目标受众群体庞大，其增长速度在酒类细分领域中是居于领先的。据统计，2010 年中国保健酒产量 18.42 万千升，2016 年产量增长至 80.58 万千升，行业发展迅速。根据《中国养生酒发展白皮书》预测数据显示，未来五年我国养生保健酒市场规模将达到 500 亿元，年度复合增长率在 15%左右。上述数据充分说明了“喝健康酒、喝保健酒”的理念正在赢得更广泛的市场，保健酒产业的市场规模存在巨大的成长空间。随着白酒市场的饱和转型需要及保健酒市场的火热，多家知名酒企乃至药企亦纷纷投身保健酒领域争相布局。大众消费的崛起将促使整个保健酒行业的竞争格局、产品结构、渠道模式等发生变化，消费群体、区域、渠道等将越来越细分，产品

升级的趋势愈发明显，高附加值产品细分市场亦将愈发受到重视，行业企业构建多元销售渠道成为必然趋势。同时，保健酒由于其产品的自身特性，消费者更加关注产品的品牌和品质，而厂家需要更加注重消费者的使用体验，提升消费者对产品的粘性。在这种复杂市场环境下，行业企业需要及时贴近市场需求，在产品品质的改进、营销网络建设等方面进行强有力的、针对性、持续性的投入，这将给在品牌、渠道、品质、研发、资金等方面具有明显优势的企业带来更多的发展空间。

2、饮料业务

公司椰汁产品在分类上属于植物蛋白饮料序列，随着国民生活水平的提高，植物蛋白饮料由于具有营养、健康的特点而逐步为更多大众所接受，根据前瞻产业研究院发布的《2017-2022 年中国植物蛋白饮料行业市场需求与投资规划分析报告》数据显示，2007 年以来各饮料子行业增速最快的是植物蛋白饮料，2016 年植物蛋白饮料行业收入为 1217.2 亿元，2007-2016 年复合增速达 24.5%，在整个饮料行业的占比上升 8.79 个百分点至 18.69%。另一方面，随着植物蛋白饮料受众度越来越高，细分行业呈现整体集中度较低、产品同质化严重的特征，椰汁产品作为植物蛋白饮料细分行业的增长龙头，市场新品牌层出不穷，部分地方品牌在个别区域已呈现出优势品牌的特质，行业竞争将日渐加剧；同时，消费偏好呈年轻化、个性化的趋势发展，亦将快速推动产品的升级与渠道的创新，未来市场竞争将逐步向品牌化、高端化、集中化方向发展。

3、房地产业务

随着国内住房供需矛盾的日益突出，在未来一段时间内，加快住房制度改革和长效机制建设将是必然趋势，而短期调控与长效机制的衔接将更为紧密。在调控市场的同时，强化住房居住属性，完善并丰富居住生活生态体系，才能为房地产市场长久稳定建立更稳固的基础。

2017 年，受益于得天独厚的地理环境等因素影响，海南省房地产市场持续升温，市场销售情况火热，省内地产库存持续降低。针对上述情况，省内加强了地产市场的调控，继续实施“两个暂停”政策，深化房地产限购政策，因需求的上涨及供应的收紧，导致省内地产市场出现了价量齐升的良性市场局面。

据国家统计局海南调查总队最新发布的《2017年海南省国民经济和社会发展统计公报》显示，2017年全年全省房地产业完成增加值437.54亿元，比上年增长20.1%。全年房地产项目房屋施工面积9567.39万平方米，增长7.1%；竣工面积1267.16万平方米，下降24.3%；销售面积2292.61万平方米，增长52.0%；销售额2713.72亿元，增长82.1%。

4、贸易与供应链板块

2017年是推进供给侧结构性改革的深化之年。我国供给侧结构性改革全面发力，去产能、去库存、去杠杆、降成本、补短板五大任务成效初显、亮点频现。我国经济增长模式也已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，同时正处在转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力的攻关期。随着“一带一路”倡议实施以及“互联网+”行动计划的持续推进，国内大宗商品交易正在向规模化、专业化、规范化和国际化转型。互联网、大数据、人工智能和实体经济的深度融合，也为大宗商品交易行业的快速发展提供了强有力的支撑，有助于市场的转型升级，服务实体经济。

（二）公司发展战略

未来，公司将继续专注大健康产业发展战略，坚持以酒类产业为主营业务，以做精做细椰岛海王酒，做实做稳椰岛鹿龟酒，做高做大椰岛鹿龟轻奢礼盒装为酒业发展目标，在产品、品牌、营销渠道、经销模式、信息化管理等方面瞄准趋势、进行全面提升和完善，同时充分发挥酒类业务资源优势，积极探索同行业的横向并购和跨行业的纵向延伸，优化资产结构，促进业务规模化发展。在做大做强酒类产业的同时，公司将持续推进房地产业务转型升级和创新发展，未来公司将进一步尝试房地产与金融结合的多种可能方式，积极通过金融资本市场提升企业轻资产运营能力。

（三）经营计划

经过2017年对组织架构的重塑、人员队伍的强化、销售政策的调整等内部改革，2018年，椰岛将继续坚定“专注大健康产业”的发展战略，持续深化改革，做大做强主营业务、强化内部管理，实现结构优化升级，增强核心竞争实力。主要经营计划如下：

1、做大做强保健酒主业

（1）人才队伍建设

在引进行业专业人才的同时，导入 1+4+N 结构，即在市场设置一个城市经理、4 个渠道主管、N 个业务人员，并形成固定模式，层层推进。

（2）推动产品升级，优化产品结构

2018 年 3 月，公司新品椰岛海王酒（150ML）亮相 2018 年春季糖酒会，该产品紧密结合消费升级趋势，瞄准小瓶酒新品类消费升级市场，得到良好的市场反响。未来，公司将在确保产品质量的基础上，加大技术研发力度，加速推动原有产品的升级转型以及新产品的开发工作，根据市场需求，从技术、包装等方面全面升级，并根据不同产品的定位和特点，对接不同的消费群体，优化产品结构。

（3）市场目标和销售策略

目前公司产品在全国市场的渠道布局相对比较薄弱，未来公司一方面将在海南岛内进行椰岛产品无缝隙布局，另一方面重点布局已有的福建、江西、湖南、广西、江苏等重点市场，同时在华北、华东、华南等市场启动建立营销中心的模式。公司将导入“696 营销思维”和“456 策略”，树立以“共创、共享、共赢”的核心厂商价值理念，做实做稳椰岛鹿龟酒，做精做细椰岛海王酒。

（4）线上线下融合发展，重点布局“新零售”

目前公司拥有线下旗舰店和线上电子商务双渠道。未来，线上线下无缝融合将是行业发展的必然选择，公司将加强与天猫、京东等电商平台的深度合作，进一步开拓全网营销，加强在主要电商平台的资源投入，并拓展与酒仙网、1919 等酒类电商平台的合作关系。同时，重点布局“新零售”，大胆创新，积极转型，找准传统渠道和新零售渠道的结合点，在充分发挥线下旗舰店优势的同时，实现线上线下互相导流，打通线上线下流量，提高消费者体验，满足消费者需求，借助核心销区的网络渠道，实施区域联动推广及销售，提升公司品牌影响力，实现公司平台价值最大化。

2、积极寻找优质房地产项目

目前，公司在售房地产项目为椰岛广场少量车位、椰岛小城一期部分商铺及椰岛小城二期住宅，2018 年，公司房地产业务将在“专注大健康产业”战略背景下，聚焦岛内地产项目，重点推进地产开发与文旅康养产业结合，一方面积极

储备土地资源，另一方面致力于新项目的落地和开发，借助海南得天独厚的自然条件与政策支持，以及椰岛品牌影响力，推动椰岛房地产业务健康可持续发展。

3、稳步推进大宗商品贸易，探索向服务型贸易发展

2018年，公司一方面稳步推进原有大宗商品贸易业务，另一方面借助中央对海南建设自由贸易试验区，逐步探索、稳步推进中国特色自由贸易港建设的相关政策支持，并结合公司经营发展需要，积极探索创新性服务贸易发展的体制机制和经营模式，同时借助产业资本力量，以期打造大宗商品贸易+金融的共赢生态链。

4、开源节流降成本，挖掘潜力增效益

2018年，集团及各个分子公司将树立开源节流意识，组织制定开源节流方案，同时充分挖掘各分子公司的发展潜力，以提高效益为出发点，以增收节支、降低成本、开源节流为着力点，将每一项开源节流工作落到实处。

5、完善内控管理体系

2018年，公司将进一步完善内部财务核算体系，加强会计处理和财务信息披露的规范化，切实提高公司财务核算的准确性和信息披露的质量；同时根据上市公司规范运作的相关规则，确保相关人员的任命及管理措施符合上市公司内控要求，保证公司生产经营决策机制有效、三会运作规范顺畅。

（四）可能面对的风险

1、市场竞争加剧的风险

公司所属的保健酒行业、食品饮料行业及房地产行业竞争激烈。单就保健酒来讲，随着人们对健康关注度的提升，保健酒市场规模逐年扩张，包括知名企业在内的众多企业纷纷关注与入局，竞争也逐渐加剧。针对上述风险，公司将采取积极措施，根据自身产业发展规划，整合有效资源，强化品牌文化建设，提升执行力与渠道建设力，深入渠道下沉工作，进一步提高酒业板块的运营效率。进一步深化销售体系改革，加快引入优秀营销团队及优秀战略合作经销商，打造内部良性竞争优势，通过重点市场的以点带面，逐步辐射全国市场。对房地产业务公司将加快新项目的建设开发速度，加大营销力度，理顺价格体系，全面深化社区配套服务体系，打造康养旅居典范社区，实现公司健康地产产业化运营发展。

2、食品质量风险

食品质量安全关乎公司的品牌和生存。食品质量管控是企业组织机构、人员、管理制度与职责、过程管理、设备设施等诸多要素共同整合的复杂过程，任何一个要素发生问题都会影响所经营食品的质量，引发食品质量风险。针对上述风险，公司将严格按照 GMP 要求，不断贯彻和落实 GMP 管理理念，进一步完善质量风险管理体系，加强对食品生产各环节的风险控制，及时有效发现和控制在质量有重大影响的关键控制点，采取有效控制措施，从而降低质量管理中的漏洞或者盲点，确保产品质量的稳定。

3、环境保护风险

酒类产品生产过程中会产生一定数量的“三废”，公司严格按照环境保护法规处理、排放三废。随着国家对环保问题的日益重视，环保标准可能更加严格，公司未来仍将面临一定的环境保护风险。针对上述风险，公司持续将加大环保投入，强化生产的过程控制，推行清洁生产，实现生产环境的持续改进，并制定严格的环境保护制度，强化环保意识。

4、产业政策风险

未来随着国家对酒类及食品饮料质量标准体系的不断提升，公司若未严格按照国家制定的标准对产品质量严加控制，均会对公司声誉及经营业绩产生不利影响。因此，酒类行业、植物蛋白饮料行业都存在一定的产业政策风险。针对上述风险，公司将密切关注行业变化，在生产经营过程中，主动适应行业发展新趋势，根据政策变化及时对生产及营销策略进行调整和完善，提高公司管理水平，提高 GMP 实施水平，以应对行业政策的调整，实现良性健康、稳健可持续发展。

5、原材料价格上涨风险

酒类企业在生产过程中承受了原材料、能源、劳动力成本大幅上涨的压力，其中原材料成本是生产成本中重要的组成部分。公司经过多年的运营，已建立了较为稳定的供货渠道和科学的采购管理制度。但是，随着下游需求增长以及行业政策变化等因素的影响，未来主要原材料价格将有可能持续波动，若公司不能采取相应的有效措施，将导致公司毛利率发生变化，从而对公司经营业绩产生不利影响。

6、管理能力及人才缺失的风险

随着公司原有业务的快速发展及新业务的逐步开拓，公司对人才的需求持续扩大，这对公司整体的管理协调能力也提出更高的要求，同时产业链高端人才也成为支撑公司高速发展的关键因素。若公司的生产管理、销售管理、质量控制、风险管理等能力不能适应公司规模扩张的要求，人才培养、组织模式和管理制度不能进一步健全和完善，将会引发相应的管理风险。针对上述风险，公司将持续加强管理体系建设，提高风险管控能力，同时优化公司组织架构、薪酬体系，塑造以业绩为导向的企业文化，吸引国内外高端专业人才，为公司的发展输入新鲜的血液。

海南椰岛（集团）股份有限公司董事会

2018年4月24日